

A COLLOQUIO CON IL RESPONSABILE DELLA SEZIONE SOCI DELL'UNICOOP LOMBARDIA

# I soci da noi contano e ne vogliamo di più

**I nuovi iscritti sono 15 mila ma «puntiamo a 17 mila» - La partecipazione alla base di ogni processo di rinnovamento e di ristrutturazione - Il rapporto con le nuove generazioni Intervento politico di massa contro le scelte dei gruppi monopolistici che operano nel settore della distribuzione**

«Tecnica e partecipazione sociale e politica devono andare avanti di pari passo in una cooperativa — mi dice il compagno Perretta responsabile della Sezione soci dell'Unicoop Lombardia — altrimenti la crescita si ferma e la cooperazione perde forza e significato». Lo sforzo che in questi ultimi anni, anzi negli ultimi mesi, è stato fatto per adeguare le strutture commerciali e tecniche dei negozi e dei punti di vendita e contemporaneamente per dare vita attiva alle sezioni soci decentrate, risponde proprio a queste linee fondamentali di indirizzo.

Negli anni scorsi la cooperazione soprattutto in Lombardia si era trovata in difficoltà economiche. «Per una tradizione — dice giusto Perretta — la cooperativa lombarda era costituita da un negozio spesso inserito in una cooperativa edile con un circolo cooperativo». Ad un certo punto non era più possibile capire e stabilire la differenza e dividere i bilanci per mettere in risalto che le vecchie strut-

ture non reggevano più il confronto né con il tradizionale negozio retto e condotto da una famiglia, che risparmiava sulle spese per il personale, né con le grandi strutture del monopolio della distribuzione, i supermercati e gli ipermercati.

La situazione era grave, occorreva andare rapidamente a scelte che salvassero il patrimonio della cooperazione nell'unico modo possibile, cioè sviluppandola e facendola capace di rispondere alle nuove esigenze. Così in Lombardia si è arrivati rapidamente alla fusione delle cooperative che per anni avevano vissuto chiuse sostanzialmente nel loro negozio ed è nata l'Unicoop Lombardia.

«La rapidità necessaria per compiere questa operazione — continua Perretta — non ci ha permesso di conquistare tutti i soci a questa linea». Anzi, spesso soprattutto i soci più anziani si sono trovati in difficoltà ad accettare l'idea che la loro vecchia cooperativa aveva contribuito a

far nascere magari prima del fascismo, che avevano fatto rinascere dopo il ventennio mussoliniano, fosse fusa con altre cooperative e nascessero strutture certo più grandi e moderne, ma che non erano più il tradizionale negozio dove anche il commesso era un amico col quale scambiare ogni mattina quattro chiacchiere.

Ma oltre alle difficoltà di comprensione dei vecchi soci, l'Unicoop Lombardia si è posta anche l'obiettivo di superare le difficoltà di rapporto con le nuove generazioni, di coinvolgere e interessare tutti i cittadini, tutti i consumatori facendo capire che la Coop è diversa da un qualsiasi supermercato perché difende fino in fondo gli interessi dei lavoratori e li chiama a partecipare alla vita commerciale e sociale.

Così si è aperto il discorso delle sezioni soci che fanno capo non soltanto a tutti i negozi che esistono in Lombardia, ma anche a centri che ancora non hanno punti di vendita, ma che in prospettiva possono averlo. Anzi spesso le sezioni soci nascono proprio per organizzare la spinta necessaria a far aprire un punto di vendita, per dare corpo e indirizzo alle necessità dei singoli comuni.

I soci hanno diritto ad alcune facilitazioni, come quella di avere buoni sconto periodici per l'acquisto di prodotti a prezzi bassissimi (quest'anno hanno potuto acquistare l'olio con mille lire di sconto e in questi giorni quattro scatole di frutta sciroppata pagando solo 50 lire), ma hanno anche il diritto ed il dovere di partecipare alla elezione degli organismi direttivi, alle assemblee che fissano i bilanci e le linee di sviluppo del punto di vendita e dell'intera Unicoop Lombardia, di controllare e suggerire la condotta del movimento cooperativo.

«Sono quasi 15 mila i soci che si sono iscritti quest'anno in Lombardia e contiamo di arrivare attorno ai 17 mila entro pochi mesi» dice Perretta. Il loro ruolo è la forza della cooperazione, anzi la sua ragione d'essere. Oltre a compiti per così dire interni, i soci attraverso le loro sezioni hanno il compito di portare avanti nei singoli comu-



ni o a livello più generale tutto il discorso unitario di collegamento con le forze vive della società per affrontare i gravi problemi economici, sociali e politici del nostro Paese.

I problemi del costo della vita e del diverso modello di sviluppo sono affrontati con un vasto discorso che riguarda la distribuzione, ma anche la produzione, soprattutto per quel che riguarda le cooperative agricole. L'intervento dello Stato che deve passare dalla concorrenza e dallo sfruttamento nel settore della distribuzione dove non si differenzia dai grandi gruppi monopolistici privati, al sostegno dell'iniziativa delle cooperative di produzione soprattutto nel settore agricolo, il rapporto con i grandi gruppi monopolistici in rapporto alla nascita in certe regioni come la Lombardia degli ipermercati.

Si tratta quindi di un intervento politico che deve essere condotto dalla cooperazione, ma che può affermarsi solo se essa trova a tutti i livelli un collegamento unitario e chiaro con le forze politiche democratiche, con le organizzazioni sindacali, con le strutture sociali a ogni livello. Questo compito importantissimo spetta alle sezioni soci che devono trovare questi collegamenti in ogni quartiere, in ogni paese, in ogni città per far diventare la battaglia per un nuovo modello di sviluppo una battaglia di massa.

«Abbiamo molto da fare — dice Perretta — perché la società cammina in fretta e ci pone problemi grossi da risolvere rapidamente, ma è un compito a cui non possiamo assolutamente rinunciare, pena la fine del movimento cooperativo». Le esperienze delle altre grandi cooperative, quella emiliana, quella toscana sono significative, ma non sempre trasportabili di pari passo in Lombardia dove le condizioni sono così diverse. E tuttavia il movimento cooperativo nazionale si è posto il compito di una profonda riorganizzazione per rispondere meglio alle nuove esigenze e insieme per raggiungere ogni parte d'Italia, comprese le regioni del Meridione che per tanta parte ne sono escluse. Condizione indispensabile per questo salto di qualità è un incessante progresso tecnico, ma soprattutto una conquista di lavoratori e di consumatori che diventando soci non soltanto difendono il valore del proprio salario, ma partecipano ad una battaglia generale per risolvere positivamente la grande crisi politica ed economica in cui versa il nostro Paese.

**coopbox**  
 è il marchio di una sempre più vasta gamma di prodotti termoplastici prodotti dal  
**CONSORZIO fra COOPERATIVE di PRODUZIONE e LAVORO di REGGIO EMILIA**  
 con sede in Via San Zenone, 2 - Tel. 34.242

- Lastre in polistirolo espanso e laminati (isofilm) per isolamenti termoacustici
- Prodotti termoformati per confezioni alimentari

**coopbox**  
 È UNA GARANZIA:  
 ● perchè è un marchio del Movimento Cooperativo  
 ● perchè è il marchio di una organizzazione con 50 anni di esperienza industriale

**ENOPOLIO A.C.T.**  
**MORIONDO TORINESE**

Centro di produzione cooperativa di alto livello qualitativo e di vecchia tradizione

**VECCHIO FERNET**  
**AMAROL - VERMOUTH**  
**AMERICANO - VINI TIPICI**

Preferite i prodotti marca stella

**ALBACORA s.r.l.**

**GENOVA** Largo Zecca, 8 Telefono 291.442/3/4  
**ROMA** Via Piramide Cestia, 1/C Telefono 57.89.42  
**NAPOLI** Calata Villa del Popolo Telefono 51.06.64

**MAURI**  
**FORMAGGI**

PASTURO (Valsassina)

Dalle uve di 470 soci produttori attraverso la  
**Cantina Cooperativa Vini Pregiati Oltrepo Pavese**

**I VINI MIGLIORI SULLE VOSTRE TAVOLE**

**BUTTAFUOCO**  
 Vino ottenuto con le migliori uve rosse della zona di Canneto Pavese, Stradella, Broni, colore rosso rubino, amaro, leggermente pastoso. Grado alcolico 12-12,5.

**BONARDA**  
 Ottenuto dal vitigno omonimo della zona di Rovescala e S. Damiano al Colle. Colore rubino carico, sapore pieno, amabile. Gradazione complessiva 12-12,5.

**RIESLING**  
 Ottenuto dalla mescolanza di Riesling Italo e Renano. Colore paglierino, profumo spiccato, decisamente secco. Gradi 12-12,5. Un classico vino del Coll di S. Maria della Versa e Montalto Pavese.

**SANGUE DI GIUDA**  
 Vino superiore, di colore rubino, decisamente amaro, profumo vinoso intenso. Gradazione alcolica 12-12,5. Servire a temperatura 15-16 gradi.

MILANO - deposito: Via Fracastoro, 21 - Tel. 2566978 / 2563101  
 Servizio di rappresentanza - Vendita al dettaglio - Servizio a domicilio  
 PAVIA - spaccio vendita: Galleria Piazza Vittoria - Telef. 34242

**Cantina Cooperativa Vini Pregiati Oltrepo Pavese**  
**CANNETO PAVESE - Telefono 60.078**

**MAGLIFICIO felis**  
 Società in nome collettivo

Produzione maglieria intimo in puro cotone per uomo donna - ragazzo

21010 CARDANO AL CAMPO (VA)  
 VIA LIGURIA, 9 - TEL. (0331) 785.024

**L'OTTIMO DELLA MAGLIERIA**

**faled distillerie**  
**ROCCABIANCA - Parma**

Da 25 anni al servizio del consumatore della

**coop ITALIA**

**GRAPPE coop**  
**BRANDY coop**  
**LIQUORI coop**  
**SCIROPPI «SOL D'ORO»**

**Importatore whisky KING of SCOTS**

**ZAF**  
**aiuta a vendere**

ZAF conosce i problemi della moderna distribuzione. Le sue attrezzature sempre aggiornate si prestano a tutte le esigenze e alle soluzioni più pratiche

ZAF E' PRESENTE ANCHE NEI SUPERMERCATI E GRANDI MAGAZZINI COOP

**ZAF**  
 INDUSTRIA MOBILI COMPONIBILI E ATTREZZATURE PER L'ARREDAMENTO DELLA GRANDE E PICCOLA DISTRIBUZIONE  
 STATALE DEI GIOVI 20082 BINASCO (MI) TEL. 90.57.151

voLETE la salute? bevete

**FERRO-CHINA-BISLERI**

Dalla tradizione BISLERI anche la "GRAPPA DEL LEONE"